新媒体时代广播电视节目的转型及其分析

张成慧
（吉林省延边广播电视台汉语新闻综合广播，吉林 延边 133000）

摘 要：随着媒体大环境的改变，传统媒体已经无法满足受众对信息的需求。结合我国当前媒体环境来看，媒体行业的发展与科技、经济、人文、素养等多种社会因素有关，社会的进步推动着媒体行业的发展，人们在各种领域内提升水平的同时对媒体信息需求也在逐步增加，在要求媒体具备信息传播性的基础上增加了及时性、实效性、互动性等多种要求，新媒体应运而生。新媒体为传统广播电视带来了极大地冲击与挑战，传统媒体想要提高生存能力，提升核心竞争力，就要不断明确时代趋势，牢牢把握时代的机遇，从而实现稳定发展的目标。

关键词：新媒体时代；新媒体；信息需求；广播电视节目；转型分析　　**中图分类号：**G222　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）08-074-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.08.021
本文著录格式：张成慧．新媒体时代广播电视节目的转型及其分析 [J]. 中国传媒科技，2021（08）：74-76.

新媒体是时代的产物，也是科技的产物，随着人们对媒体行业要求逐步提升，新媒体成为当下时代的宠儿，它以广泛的传播能力、即时的互动交流等多种优势赢得人们的偏爱。广播电视节目是最具代表性的传统媒体，传统媒体想要在当前时代不断实现突破创新，就要积极结合新媒体发展优势，通过融合升级来促进自身生存能力的提升以及核心竞争力的提高，同时要坚定自身，充分发挥传统媒体优势，不被媒体行业歪风所影响，才能在媒体领域继续驻守，持续拥有屹立不倒的地位。

1. 新媒体的特征

新媒体（New Media) 是一种媒体形式，也是一种媒体环境。新媒体是基于传统媒体的第二种媒体表现形式，主要通过互联网进行信息内容的传播，具有即时性、广泛性、针对性、灵活性等多种特质，相对于传统广播电视媒体电视、户外、报刊、广播等特定渠道来说，具有更加多样的传播渠道，如移动电视、数字报纸、短信、触摸媒体等。[1] 新媒体的创建是基于数字信息技术的，通过创新与科技的结合创造出的媒体新形式。美国的《连线》杂志曾经对新媒体这样定义：“所有人对所有人传播”，而新媒体与传播广播电视最大的区别，除表达形式与传播渠道外，就是即时的互动交流性，新媒体可以把个性化的内容对大众进行即时并广泛的传播，通过多样化的平台与受众建立交流，并可以促进受众与受众之间的群体交流。

新媒体时代下，媒体行业的学者们对新媒体的说法至今没有明确的定义，一些期刊上创办了新媒体专栏，把新媒体作为研究对象。但是随着新媒体从稚嫩发展到成熟，有学者认为新媒体的形式就是移动电视、IPTV、手机媒体等，还有些学者认为博客、以及播客等均属于新媒体表现形式。新媒体在行业内讨论不断，是一种媒体发展的趋势，新媒体通过对科技、文化、创新的结合在媒体领域内创造出一种新的传播形式，利用互联网来实现对受众信息接收终端的内容传送，以数字技术、网络技术以及移动技术等多种科学技术的融合来满足媒体行业的发展需求，通过互联网、有线网络、无线通信网对人们的信息终端实现传播。新媒体的传播途径具象的来说就是人们的数字电视、手机、电脑等，充分的利用互联网造就的价值，从而推动媒体行业发展与创新升级。[2]

2. 广播电视节目在新媒体时代为什么要转型

随着我国科技的创新与经济的发展，媒体行业不可能再停留在传统时期，新媒体是当前时代发展的里程碑，标志着我国媒体行业的大进步。充分地融合新媒体，可以促进广播电视节目这一传统媒体突破传统形式与内容表现方式上的束缚。

2.1　满足时代需求

通过新媒体，人们可以找到共鸣性，与同一“频道”、关注点一致、经历类似的网络群体建立交流，从而互相排解在生活中遇到的问题，促进人类心理建设与精神文明发展。[3] 所以广播电视节目与新媒体融合符合时代的需求，人们需要通过一个渠道、一个内容，来促进共鸣性的产生，例如人们常说的“关注点”“笑点”“哭点”等，都属于人类共鸣性的一种。通过新媒体新颖的表达形式、多样的信息传输渠道等来满足人们对于信息的需求，并通过各种节目为人们提供新闻热点、知识等内容，从而满足人们的需求。

2.2　提升核心竞争力

媒体行业与制造业、生产业等行业有所不同，其他

行业必须以某种物质为原料进行生产，而媒体行业中，“内容”就是原料，媒体人通过对新闻进行搜集、整理，然后通过专业的编辑操作，再到信息的发布。例如广播电视综艺节目，需要在节目制作时搜集人们的关注内容、兴趣等，但是传统媒体并不具备即时交流性，所以需要借助新媒体传播渠道来增加受众关注度，从而促进广播电视的创新。当前时代下，创新是一个民族的核心能力，可以推动民族不断走向振兴，而创新也是一个企业的核心竞争力，只有通过不断创新，才能促进企业特色产生，提高企业的竞争资本。媒体行业的专业素养就是要根据人的关注点来定位节目制作方向，通过创新可以增加节目的吸引力，从而在稳定生存能力的基础上实现核心竞争力的升级，既满足时代需求也顺应发展趋势。

2.3 促进内部升级

虽然传统媒体具有所有媒体都替代不了的威信与真实性特质，但是想要符合时代发展的需求，不断提高受众满意程度，就需要及时进行整合升级，通过融合新媒体来促进内部创新能力、即时性等要素的提升。[4] 通过与新媒体的融合转型发展，可以促进传统媒体内部结构的转变，促进广播电视节目在创新、拓展工作中的投入力度，从而实现电视台节目内外统一升级，既符合时代背景，还能适应市场环境。

3. 新媒体时代对广播电视节目的影响

新媒体时代的到来对于广播电视节目来说是一种时代的冲击，传统媒体具有特定的传播渠道，例如电视、广播、报刊、户外等，但是新媒体是借用了互联网的渠道进行传播。随着互联网时代的到来，人们对于互联网生活越来越适应，也逐渐对互联网产生严重的依赖性，新媒体可以利用互联网实现多种渠道的传播，从而占据人们的碎片化的时间，并通过新颖的创作手法以及表达形式不断满足受众的胃口。同时新媒体利用互联网平台与受众之间建立交流互动，从而促进受众黏合度的提升。但是传统的广播电视节目是做不到这点的，所以新媒体时代为广播电视节目发展带来了冲击性影响。[5]

新媒体时代为广播电视节目带来冲击的同时也带来了机遇，新媒体虽然在一定内容上实现了创新，但是不能脱离媒体的本质，广播电视节目可以充分抓住这点通过转型来促进自身创新能力、专业水平等核心能力的提升，并结合传统媒体真实性、威信高等优势增强自身竞争力，从而完善转型策略，实现稳定发展。

4. 广播电视台作为传统媒体顶梁柱在转型时遇到的阻碍

4.1 转型科技力量不足，运营机制不完善

结合我国大部分广播电视节目媒体现状来看，传统媒体的劣势表现的非常明显。主要体现在科技力量不足，内部机制运行不完善，观众在接收信息中呈现的状态是情感体验差、品质较低等问题。广播电视节目不仅需要加大转型力度，增强科技投入力度，还要通过完善内部运营机制来实现升级，运行机制存在的问题主要表现为内部机制不能随着实际情况变动而调整，造成发展受阻以及来自外部的制约力量加大。[6] 广播电视节目在运营期间没有注重宣传力度的加大，以及受众的关注度等问题，导致电视节目播放次数降低，无法及时提升收视率。相对于新媒体而言，传统媒体没有与受众的交流互动平台，真实反馈的渠道狭窄，从而无法明确自身存在问题，不能制定相应的改善策略。

4.2 电视媒体人时代观念弱，对当前形势认知不足

广播电视节目媒体人时代观念薄弱，对当前形势认知不足是造成电视节目创新力低、受众黏合度、内容质量低的关键原因。“内容”是媒体行业的原料，如果没有一定的关注度与黏合度，则导致电视节目在行业内无法生存。随着大众精神与文化水平的提升，如果媒体人没有创新意识，就无法及时掌握受众兴趣点与关注点，从而丧失媒体主动性，只能继续被动的任由受众选择性接收信息。这不仅不利于传统媒体的转型升级，还会为传统媒体的发展制造较多的阻碍，从而导致电视媒体在面对外部环境压力的同时还要面对来自内部的限制，这种局面极其不利于电视节目实现转型。

4.3 电视媒体人专业素养有待提高

随着新媒体时代的到来，网络中充斥的各式各样的信息。新媒体内容存在缺乏真实性、观点过于主观、思维导向过于偏激、过于注重热点新闻等问题，在这一点上，传统媒体是具有一定优势的。例如，无论是节目制作还是新闻播报，都要坚持内容的真实性、三观正确、思想健康。所以作为媒体人需要在实现转型的同时坚守传统媒体的优势。但是结合实际情况来看，一些新闻编辑、节目制作人等为了增加电视节目流量、提升观众黏合度、促进收视率提升，而对热议话题过度炒作、发布未经检验的新闻等，导致在电视媒体中出现混乱的局面。这种行为不仅无法促进电视节目转型，还对电视节目的发展造成了很大的影响。

5. 如何解决广播电视台遇到的转型阻碍

5.1 充分结合新媒体传播平台

新媒体相对于传统媒体而言，最大的优势就是传播途径，新媒体在当下的传播途径主要有数字电视、网络平台、信息接收设备终端等。传统媒体想要提升转型效率，满足转型质量的提高，就要充分结合新时代的科技手段。例如，扩展传播途径，在通过电视、报刊、广播、户外的主要传播形式的基础上，还要拓展数字电视、互联网、

信息接收终端等途径。随着时代的进步，移动设备逐渐替代了传统传播载体，电视节目应当突破传播内容的形式，结合短视频、直播、动图、图文等多种形式进行内容的发布。通过当下热门的视频、文学、音频、交流等平台来播放电视节目内容，例如交流平台的小红书、微信公众号、微博官方网站等；文学平台的知乎、起点读书等；音频的喜马拉雅、蜻蜓 FM 等；视频的抖音、火山小视频、快手等，在多种渠道中创立电视节目官方账号，通过在账号中发布短视频以及新闻等，在多种平台中建立传播渠道，增加品牌效应，促进受众认可度的提升，在满足受众体验的同时促进电视节目路径的开阔，从而提高在当下时代中的生存能力。

5.2 提升时代观念，促进内容创新发展

新媒体时代的到来，不仅为传统媒体行业带来了冲击与机遇，还为媒体人带来了意识上的提升。新时代的媒体人需要具备时代性的眼光，对当前形势进行详细的分析，了解电视节目存在的不足，通过提升观念来提高专业素养，不断实现电视节目的创新、提升受众黏合度、提高节目内容质量。传统媒体如果在当前时代下不能及时转型突破，就会造成所处环境窘迫的现象。不创新就会导致问题逐渐增多，不仅会失去时代带来的机遇，还会弱化传统媒体原有优势。所以，在新媒体时代下，电视节目媒体人要不断通过创新来开拓发展途径，从而提高自身竞争能力。

例如，通过对互联网大数据的应用来掌握媒体市场的风向，对当下受众高度关注的话题及时掌握，并通过专业的技术与素养实现内容的创新与传播。在内容制作中可以利用当前时代下较为新颖的科技软件，可以采用视频剪辑、影视后期、图文制作等多种方式来提高节目内容丰富性，提高画面质量，从而提升人们的阅览体验。在进行互联网平台内容制作时，需要加入图片、图文、动图、短视频、语音等多种形式，既能够增加内容适用性，还能提高受众体验，从而推动广播电视节目转型升级速度，在保证转型成功的基础上实现工作效率质量与效率的提升。

5.3 坚守传统媒体人专业素养

我国当前媒体大环境普遍存在媒体人专业素养欠缺的问题，导致市场混乱、内容粗制、真实性与公正性受到质疑等问题。传统媒体是我国媒体行业中最具威信性与真实性的媒体，许多人抱着质疑的态度在接触新媒体，但却是传统媒体的忠实观众。[7] 为了发挥传统媒体的优势，不断坚持广播电视节目真实性、专业性、公正性等优势，媒体人需要加强自身专业修养，明确身为媒体人需要肩负的责任，通过不断的信息收集、提高自身思想建设、探究真相、挖掘真相等，来制造出三观端正、表达思想健康、引导性积极的内容。

结语

随着媒体行业不断创新，当前时代下的广播电视节目想要实现转型升级，就需要充分了解时代趋势，及时更新发展理念、途径、模式等，并通过加强媒体人的专业素养与创新能力，把传统媒体的优势发挥到最大，通过充分的融合与专业的坚守，加快转型速度，提高转型质量，从而在媒体领域中实现稳健发展。媒

参考文献

[1] 蒋为民．“颠覆电视”：媒介融合背景下 SMG 全媒体战略及实践的研究（2001–2011）[D]. 上海：复旦大学，2012.

[2] 孙亚飞，冀丽．新媒体语境下如何进行广播电视的战略转型及监管 [J]. 科技风，2014（18）：261+265.

[3] 彭怡．融媒体时代受众需求视角下老年广播转型发展研究 [D]. 武汉：华中师范大学，2020.

[4] 闫建强．新媒体时代广播电视节目的创新发展研究 [J]. 西部广播电视，2020（24）：87–89.

[5] 阎安．空间视域下城市广电媒体发展研究 [D]. 南京：南京师范大学，2017.

[6] 于凤静．当代东北地区少数民族新闻传播“两极格局”研究 [D]. 武汉：武汉大学，2014.

[7] 高硕．媒介融合下广播电视制片制度转型研究 [J]. 中国传媒科技，2020（4）：26–28.

作者简介：张成慧（1972–），女，吉林吉林，中级职称，研究方向：新闻记者。

（责任编辑：张晓婧）